

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 15:36:02
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e1a1105a33e

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Рекламные технологии в медиаиндустрии
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью» изучается в седьмом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: учебная дисциплина относится к элективным дисциплинам, формируемым участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью» является изучение теоретических аспектов инновационной деятельности; инновационных методов и технологий выстраивания коммуникации в рекламной и PR –практиках.

Изучение дисциплины будет способствовать формированию компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик при планировании и реализации коммуникационных кампаний.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен применять современные инструменты, методы, технологии при разработке стратегии продвижения проекта в медиаиндустрии.	ИД-ПК-1.1 Применение маркетинговых инструментов и технологий при планировании и производстве коммуникационного продукта.
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом технологий медиарилейшнз в традиционных и новых СМИ.	ИД-ПК-3.2 Применение основных технологий организации коммуникационных мероприятий в работе с различными целевыми группами.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-4 Способен использовать результаты маркетинговых исследований при планировании рекламных и (или) PR-кампаний для создания коммуникационного продукта с применением современных маркетинговых технологий	ИД-ПК-4.1 Использование современных маркетинговых технологий и результатов исследований при планировании и реализации коммуникационных кампаний.

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
---------------------------	---	-------------	-----	-------------